

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Perusahaan

1.1.1 Profil Singkat Perusahaan

Infinite Learning, sebuah divisi dari PT Kinema Systrans multimedia yang merupakan anak perusahaan dari Infinite Studios berpusat pada pengembangan kursus pelatihan kejuruan yang relevan dengan aktivitas Infinite Studios dan permintaan yang terus meningkat akan talenta-talenta yang terampil di dalam ekosistem Kawasan Ekonomi Khusus Nongsa. Memperluas operasi pelatihan internalnya saat ini, Infinite Learning telah memperoleh lisensi LPK dari Kementerian Ketenagakerjaan Indonesia pada tahun 2018. Hal ini memungkinkan mereka untuk melaksanakan kursus pelatihan kejuruan yang terbuka untuk umum, yang dapat digunakan dalam kolaborasi dengan lembaga pendidikan lokal dan internasional. Saat ini, kegiatan Pendidikan Kejuruan dilakukan di bawah lisensi LPK untuk pelatihan di Nongsa Digital Park (NDP), bekerja sama dengan Apple Developer Academy, Royal Melbourne Institute of Technology Cyber Security Course, Program Studi Independent Kementerian Pendidikan. Berikut adalah beberapa mitra yang menjalin kerjasama dengan infinite learning:



Gambar 1.1 Partner Infinite Learning

Sumber: Data Perusahaan, 2024

Tabel 1.1 Course di Infinite Learning

No.	Course	Price
1.	<i>Mobile development</i>	Rp 1.800.000
2.	<i>Web development</i>	Rp 1.800.000
3.	<i>Game development</i>	Rp 2.500.000
4.	<i>Cybersecutiry</i>	Rp 1.800.000
5.	<i>Cloud practitioner essential</i>	Rp 750.000
6.	<i>Digital marketing</i>	Rp 750.000
7.	<i>Digital business</i>	Rp 750.000
8.	<i>Digital supply chain</i>	Rp 2.500.000
9.	<i>Digital product management</i>	Rp 2.500.000
10.	<i>Digital innovation & collaboration</i>	Rp 2.500.000
11.	<i>Internet of things</i>	Rp 2.500.000
12.	<i>IT Governance</i>	Rp 2.500.000
13.	<i>Data Analytics</i>	Rp 2.500.000
14.	<i>Data Science</i>	Rp 2.500.000
15.	<i>AI & ML</i>	Rp 2.500.000
16.	<i>Blockchain</i>	Rp 2.500.000
17.	<i>AR & VR</i>	Rp 2.500.000

Sumber : Data Perusahaan, 2024

Data diatas merupakan beberapa course yang ditawarkan oleh Infinite Learning beserta rincian harganya. Infinite Learning berfokus kepada course yang berbasis IT atau teknologi, akan tetapi mereka juga tetap menawarkan dari beberapa bidang keahlian lainnya seperti *management, business, dan marketing*.

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi :

“To be a leading solution provider in technology, research and development, and innovation through training and education. We aim to increase the number of

creative and innovative digital talents who are not only independent but also recognised by the industry both in Indonesia and the world”.

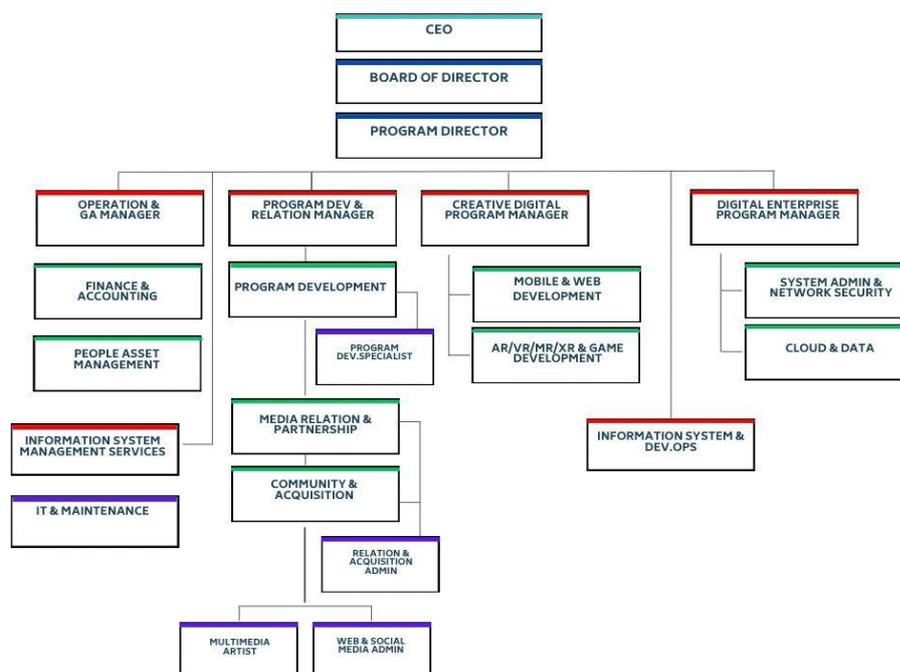
Menjadi penyedia solusi terdepan dalam bidang teknologi, penelitian dan pengembangan, serta inovasi melalui pelatihan dan pendidikan. Kami bertujuan untuk meningkatkan jumlah talenta digital yang kreatif dan inovatif yang tidak hanya mandiri, tetapi juga diakui oleh industri di Indonesia dan dunia.

Misi :

“Corporate with all government agencies, national research institutions, and education / training institutions both domestically and internationally to develop curriculum standards, collaborate in research and development, and provide innovative funding”.

Bekerjasama dengan seluruh instansi pemerintah, lembaga penelitian nasional, dan lembaga pendidikan/pelatihan baik di dalam maupun di luar negeri untuk mengembangkan standar kurikulum, berkolaborasi dalam penelitian dan pengembangan, serta menyediakan pendanaan yang inovatif.

1.1.3 Struktur Perusahaan



Gambar 1.2 Struktur Organisasi

Sumber: Data Perusahaan, 2024

1. CEO (*Chief Executive Officer*)

- a. Posisi tertinggi dalam perusahaan.
- b. Bertanggung jawab atas visi, misi, dan strategi perusahaan secara keseluruhan.
- c. Membuat keputusan penting yang mempengaruhi seluruh perusahaan.
- d. Melakukan supervisi terhadap semua departemen dan tim.
- e. Mewakili perusahaan dalam berbagai acara dan pertemuan.

2. *Board of Director* (Dewan Direksi)

1. Bertugas mengawasi dan memberikan arahan kepada CEO.
2. Terdiri dari beberapa orang yang memiliki keahlian dan pengalaman yang relevan dengan industri perusahaan.
3. Membuat keputusan penting terkait kebijakan dan strategi perusahaan.
4. Menyewakan dan memberhentikan CEO.
5. Memastikan bahwa perusahaan beroperasi secara etis dan bertanggung jawab.

3. *Program Director* (Direktur Program)

1. Memimpin dan mengelola program-program perusahaan.
2. Mengembangkan dan melaksanakan strategi program.
3. Memantau dan mengevaluasi kemajuan program.
4. Memastikan program mencapai tujuan yang ditetapkan.
5. Berkomunikasi dengan stakeholders tentang program.

4. *Operation* (Operasi)

1. Menangani semua aspek operasi perusahaan.
2. Terdiri dari beberapa departemen, seperti departemen produksi, departemen logistik, dan departemen layanan pelanggan.
3. Memastikan bahwa perusahaan beroperasi dengan lancar dan efisien.
4. Menjaga kualitas produk dan layanan perusahaan.
5. Memenuhi kebutuhan pelanggan dengan tepat waktu dan efisien.

5. *Finance* (Keuangan)

1. Menangani semua aspek keuangan perusahaan.
2. Terdiri dari beberapa departemen, seperti departemen akuntansi, departemen perbendaharaan, dan departemen pajak.
3. Membuat laporan keuangan.
4. Mengelola keuangan perusahaan.

5. Memastikan bahwa perusahaan memiliki dana yang cukup untuk menjalankan operasinya.
6. *Program Development* (Pengembangan Program)
 - a. Mengembangkan program-program baru untuk perusahaan.
 - b. Melakukan riset pasar untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan.
 - c. Merancang program yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
 - d. Menerapkan program yang telah dirancang.
 - e. Mengevaluasi program dan melakukan perbaikan yang diperlukan.
7. *Mobile & Web Development* (Pengembangan Mobile dan Web)
 - a. Mengembangkan aplikasi mobile dan website untuk perusahaan.
 - b. Membuat aplikasi yang user-friendly dan mudah digunakan.
 - c. Memastikan bahwa aplikasi dan website kompatibel dengan berbagai perangkat.
 - d. Menjaga keamanan aplikasi dan website.
 - e. Melakukan update dan perbaikan aplikasi dan website secara berkala.
8. *AR/VR/MR/GAME* (Augmented Reality/Virtual Reality/Mixed Reality/Game Development)
 1. Mengembangkan aplikasi AR/VR/MR dan game untuk perusahaan.
 2. Membuat aplikasi yang imersif dan menarik.
 3. Memastikan bahwa aplikasi kompatibel dengan berbagai perangkat.
 4. Menjaga keamanan aplikasi.
 5. Melakukan update dan perbaikan aplikasi secara berkala.
9. *Cloud & Data* (Cloud dan Data)
 - 1) Menangani semua aspek cloud dan data perusahaan.
 - 2) Membuat dan mengelola infrastruktur cloud.
 - 3) Menyimpan dan mengelola data perusahaan.
 - 4) Memastikan keamanan data.
 - 5) Menganalisis data untuk mendapatkan insights yang bermanfaat bagi perusahaan.
10. *People Asset Management* (Manajemen Aset Manusia)
 - a. Menangani semua aspek SDM perusahaan.
 - b. Merekrut, menyeleksi, dan mempekerjakan karyawan.
 - c. Melatih dan mengembangkan karyawan.
 - d. Menjaga retensi karyawan.

- e. Memastikan bahwa karyawan memiliki kinerja yang optimal.

11. *IT & Maintenance* (IT dan Pemeliharaan)

- Menangani semua aspek IT perusahaan.
- Membuat dan mengelola infrastruktur IT.
- Memastikan bahwa sistem IT perusahaan berjalan dengan lancar.
- Melakukan pemeliharaan sistem IT.
- Memberikan dukungan IT kepada karyawan

1.2 Latar Belakang

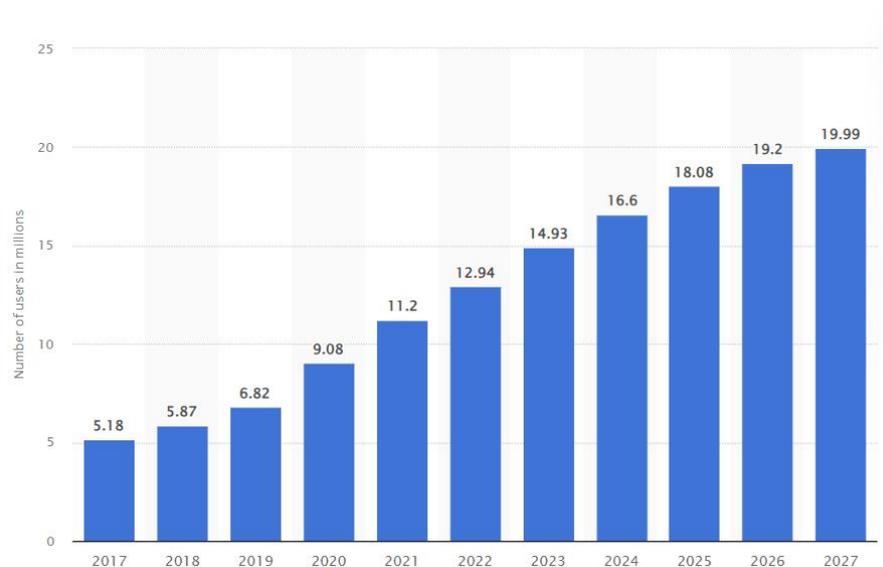
Menjadi salah satu negara berkembang di dunia, menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara yang mengalami perkembangan pendidikan. Fenomena kemunculan shadow education atau bimbingan belajar di Indonesia bukan hal yang baru dan sudah ada sejak tahun 1980. Dinas Pendidikan Indonesia (UU Sidiknas No 20 Tahun 2003 Pasal 26 Ayat 5) mendefinisikan bimbingan belajar sebagai pendidikan nonformal dimana pendidikan nonformal merupakan sebuah kursus dengan pelatihan diselenggarakan bagi masyarakat yang memerlukan bekal pengetahuan, keterampilan, kecakapan hidup, dan sikap untuk mengembangkan diri, profesi, bekerja, usaha mandiri, dan melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. (Sumber : library.binus.ac.id)

Bimbingan belajar atau lebih dikenal dengan istilah bimbel tetap eksis hingga saat ini karena kesadaran di kalangan masyarakat akan pentingnya pendidikan. Menurut Helabumi (2011) dalam Ana Qomariyah, dkk (2017) pada akhir 1970-an bimbingan belajar sudah ada di kota besar seperti Jakarta, tetapi hanya sebatas ajang melatih siswa-siswi SMA yang akan mengikuti tes masuk perguruan tinggi. Pada tahun 1990-an keberadaan bimbingan belajar semakin menjamur seiring dengan tingginya jumlah pelajar di Indonesia. Selain menjadi negara berkembang, menurut Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) Indonesia akan mengalami bonus demografi di tahun 2030-2040. Bonus demografi adalah suatu keadaan dimana jumlah penduduk usia produktif (berusia 15-64 tahun) lebih besar dibandingkan penduduk usia non produktif (berusia dibawah 15 tahun dan diatas 64 tahun) (Bappenas : 2017) sehingga bonus demografi dimasa mendatang berimplikasi pada jumlah pelajar dimasa mendatang.

Seiring perkembangan, metode bimbel ini mulai memasuki dan menggunakan media teknologi komunikasi internet sebagai media perantara. Muncunya teknologi

membawa banyak dampak dan perubahan dalam berbagai aspek sosial dan kegiatan manusia, kehadiran teknologi membawa manfaat dan memudahkan manusia dalam perkukaran informasi dan menunjang aktivitas di setiap bidang (Presetio et al., 2023). Salah satunya dalam bimbingan belajar, dengan MOOC atau *Massive Open Online Course*, memungkinkan terjadinya pembelajaran terbuka dengan sistem online. Saat ini Indonesia sudah memasuki tahap antara MOOC dan bimbel offline yang menghasilkan bimbel online di Indonesia. Tidak sedikit perusahaan bimbel yang bermunculan di Indonesia dan sedang bersaing dalam pasar (Senalajari & Amelia, 2023).

Saat ini, bimbingan belajar tidak hanya populer untuk kalangan siswa(i) yang masih berada di sekolah, tetapi bimbingan belajar juga tersedia untuk berbagai kalangan terutama untuk kalangan mahasiswa ataupun umum dengan berbagai penawaran course yang beragam sesuai dengan kebutuhan kerja saat ini. Beberapa bimbingan belajar menyediakan berbagai kursus daring bagi kalangan mahasiswa yang terkait dengan peningkatan pengetahuan atau keterampilan profesional misalnya pemrograman, IT, *Web development*, dan bidang lainnya. Dari *course* tersebut peserta akan memperoleh pengetahuan dari kursus untuk meningkatkan pengembangan karir atau keterampilan profesional mereka.



Gambar 1.3 Total Number of users of the online learning platforms market in Indonesia from 2017-2027

Sumber : *Statista, 2024*

Data diatas menunjukkan bahwa pengguna online learning selalu dan akan meningkat setiap tahunnya. Di indonesia sendiri menunjukkan peningkatan tetapi

masih sedikit perusahaan yang menguntungkan. Karena hanya sebagian besar perusahaan yaitu sekitar 67% penyedia layanan pembelajaran gratis terlebih dahulu atau disebut dengan trial, namun tidak semua pengguna melakukan pembayaran untuk produk berbayar (Bhardwaj et al., 2020 dalam Widi dan Putri 2023). Berikut adalah beberapa bimbingan yang menyediakan course dengan pengguna mahasiswa atau umum.

Tabel 1.2 Online Learning di Indonesia

Nama Kursus	Nama Program	Deskripsi Program	Online/Onsite
Dibimbing.id	<ul style="list-style-type: none"> ● Bootcamp ● Video course ● Free class ● Studi Independent 	<p>Bootcamp merupakan program untuk meningkatkan digital skills dengan penyaluran kerja bergaransi.</p> <p>Video course dengan akses penyaluran magang virtual bersertifikat.</p> <p>Free class dengan belajar digital skills secara gratis dan bersertifikat.</p> <p>Studi Independen yaitu untuk mahasiswa aktif dengan belajar secara fleksibel bersama professional mentor dan mendapatkan konversi 20 SKS.</p>	Online
Udemy	<ol style="list-style-type: none"> 1) Sertifikasi di berbagai bidang IT, Finance, Marketing, Design, Bisnis, dll 2) Afiliasi 	<p>Udemy menawarkan berbagai jenis sertifikasi di berbagai berbagai bidang dan penawaran harga yang beragam.</p> <p>Afiliasi merupakan program yang memungkinkan pengguna untuk menjadi instruktur dan mengajar kursus gratis atau berbayar, serta</p>	Online

	3) Udemmy Business	<p>mendapatkan komisi dari penjualan kursus.</p> <p>Udemmy Business merupakan Program yang menawarkan akses ke lebih dari 6,000 kursus selama satu tahun, dengan durasi pelatihan 7 jam dan sertifikat pelatihan.</p>	
Revou	<ol style="list-style-type: none"> 1) Studi Independen 2) Master class 3) Corporate training 4) Mini course 5) Paid Course 	<p>Studi Independen yaitu untuk mahasiswa aktif dengan belajar secara fleksibel bersama professional entor dan mendapatkan konversi 20 SKS.</p> <p>Masterclass merupakan free class yang dilakukan selama 1 hari dengan topik yang beragam.</p> <p>Corporate training merupakan program yang membantu perusahaan/institusi dalam pengembangan digital skill.</p> <p>Mini course merupakan program yang dilaksanakan selama 10 hari tanpa dipungut biaya atau gratis</p> <p>Paid course merupakan reguler course dari Revou dengan penawaran harga yang beragam dari berbagai jenis course.</p>	Online
Binar Academy	<ol style="list-style-type: none"> 1) BinarGO 2) Binar bootcamp 3) Binar Insight 	<p>BinarGO merupakan program belajar mandiri melalui video bercerita, kuis, dan materi bacaan.</p> <p>Binar Bootcamp merupakan program belajar intensif</p>	Online

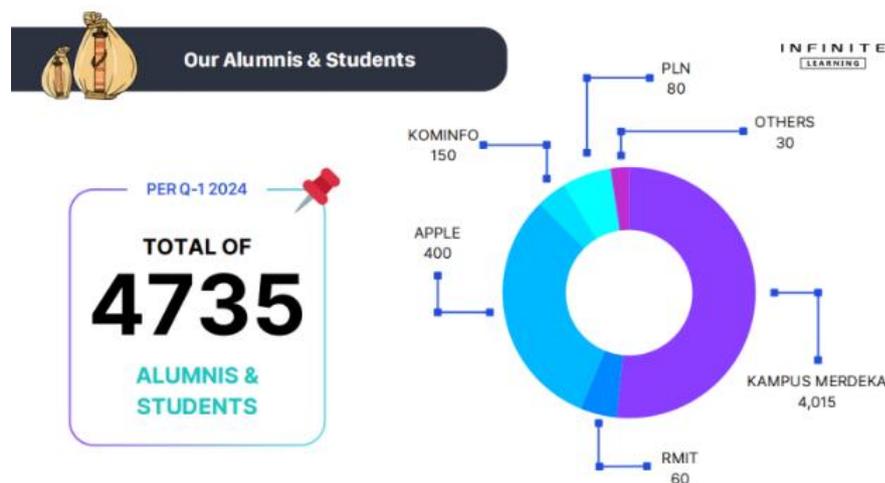
		bersertifikat bareng praktisi expert selama 2-6 bulan. Binar Insight yaitu program beragam topik digital terkini lewat webinar online.	
Infinite Learning	<ol style="list-style-type: none"> 1) Regular course 2) Bootcamp gratis 3) Webinar 4) Studi Independen 	<p>Regular course Infinite Learning merupakan program paid course yang menawarkan berbagai jenis course dengan harga yang beragam.</p> <p>Free bootcamp merupakan program yang dilakukan selama 2 minggu dengan pilihan course yang terbatas pada waktu tertentu.</p> <p>Webinar merupakan program rutin yang dilakukan setiap pekan dengan mengangkat topik yang berbeda-beda dengan sesi live hand-on.</p> <p>Studi Independen yaitu untuk mahasiswa aktif dengan belajar secara fleksibel bersama professional mentor dan mendapatkan konversi 20 SKS.</p>	Online

Sumber : *Data hasil olahan penulis, 2024*

Ada beragam pilihan bimbingan dan pelatihan yang ditawarkan untuk mahasiswa, baik secara daring maupun tatap muka. Berdasarkan data diatas seperti dibimbing.id yang menawarkan bootcamp, kursus video, kelas gratis, dan studi independent dalam berbagai bidang (sumber : <https://dibimbing.id/>). Selain itu ada revou yang menawarkan berbagai macam program digital studi independen, *master class, mini course, corporate training, dan paid course* (sumber : <https://revou.co/>). Binar academy yang menawarkan program seperti binar GO, binar *insight*, dan

bootcamp yang cocok untuk mahasiswa yang ingin mengembangkan keterampilan teknis dalam bidang IT (sumber : <https://www.binar.co.id/>). Infinite learning yang menyediakan berbagai program mencakup studi independen, webinar, *free bootcamp*, dan reguler course (sumber : <https://www.infinitelearning.id/>). Semua ini memberi mahasiswa kesempatan untuk mengasah keterampilan mereka dalam berbagai bidang ilmu yang relevan dengan dunia kerja saat ini. Selain itu, perkembangan e-learning ini dilihat baik dan berdampak positif bagi masyarakat, dengan kemunculan berbagai perusahaan baru berbasis teknologi. Dari berbagai perusahaan yang baru bermunculan, Infinite Learning menjadi salah satu perusahaan rintisan dalam industri edukasi dan pengembangan digital talent.

Infinite Learning yang berada di Nongsa, Batam merupakan salah satu tempat bimbingan dan pelatihan yang berpusat pada pengembangan kursus dan pelatihan yang relevan dengan aktivitas infinite studios dan permintaan yang terus meningkat akan bakat-bakat terampil di dalam ekosistem Nongsa Digital Park. Infinite learning menawarkan banyak course yang dibuka untuk kalangan mahasiswa dan umum.



Gambar 1.4 Alumni dan Student Infinite - Q1 2024

Sumber : *Data Perusahaan, 2024*

Dari data diatas dapat dilihat jumlah dari alumni dan student yang pernah dan masih menjalani course di Infinite Learning pada Quartal 1 tahun 2024. Terdapat 60 orang dari program RMIT, 80 orang dari program PLN, 150 orang dari program Kominfo, 400 orang dari program Apple Academy, 4.015 orang dari program

Kampus Merdeka, dan 30 orang lainnya. Jumlah peserta terbanyak yaitu pada program Kampus Merdeka terkhusus pada Study Independent.

Study Independen merupakan program dari Kementerian Pendidikan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mempelajari kompetensi yang spesifik dan praktis langsung dari para pakarnya selama 1 (satu) semester melalui aktivitas pembelajaran dan praktik langsung. Program ini hanya dapat diikuti oleh mahasiswa aktif di seluruh kampus yang ada dan terdaftar di Kemendikbudristek. Selain itu, mitra yang telah mendaftarkan diri akan membuka lowongan di platform kampus merdeka yang sudah disediakan sehingga mahasiswa dapat mengikuti seleksi dari mitra yang telah didaftarkan. Karena jumlah mitra yang banyak membuat perusahaan pun membuat strategi untuk menarik banyak pendaftar. Karena banyaknya mitra yang mengikuti Studi Independen ini, sehingga Infinite Learning juga mempunyai banyak kompetitor yang bergerak dibidang yang sama salah satunya adalah RevoU yang sudah mempunyai jumlah pengikut di sosial media sebanyak 717 ribu, sedangkan Infinite Learning masih tertinggal jauh yang masih memiliki 10 ribu pengikut. Akan tetapi, Infinite learning merupakan satu-satunya mitra Studi Independen Kampus Merdeka yang berlokasi di Batam dan telah mengikuti program Studi Independen dari Batch 3 sampai dengan batch 6. Hal ini bisa menjadi peluang bagi Infinite Learning untuk menarik lebih banyak jumlah pendaftar terutama mahasiswa yang berasal dari Batam karena mereka juga menerima pembelajaran langsung jika pengguna ingin bertemu secara langsung dilokasi bersama mentor.

Pada studi Independen ini Infinite Learning menawarkan berbagai *course* yang beragam sehingga mahasiswa dapat memilih sesuai dengan minat dan keahlian mereka. Dalam upaya menarik mahasiswa untuk mengikuti program Infinite Learning diperlukan strategi marketing untuk meningkatkan jumlah pendaftar. Pada batch 3 strategi marketing Infinite Learning adalah dengan melakukan kunjungan ke beberapa kampus yang ada di Indonesia. Hal tersebut sebagai upaya untuk memperkenalkan perusahaan kepada mahasiswa sehingga mereka dapat mengetahui informasi secara langsung. Pada batch 4 Infinite Learning melanjutkan kegiatan untuk kunjungan kampus serta aktif membagikan konten pada media sosial seperti konten informasi dan kegiatan mahasiswa Studi Independen selama kegiatan

berlangsung sehingga orang-orang mendapatkan gambaran mengenai program di Infinite Learning. Pada batch 5 Infinite Learning mengadakan beberapa webinar yang relevan dengan course yang ditawarkan pada program Studi Independen. Hal ini dilakukan agar mahasiswa mengikuti webinar kemudian mendaftar sebagai peserta studi independen yang ditawarkan oleh Infinite Learning. Pada batch 6 Infinite Learning melanjutkan program webinar dan membuat program baru yaitu *free bootcamp* yang menawarkan lebih banyak benefit. Pada *free bootcamp* ini peserta akan mengikuti *course* selama 1-2 pekan bersama dengan profesional mentor pada beberapa bidang. Materi yang dibawakan dalam webinar dan free bootcamp juga seringkali yang relevan dengan course yang mereka tawarkan misalnya *web development, game, UI/UX*, dan lain sebagainya. Hal tersebut merupakan strategi marketing Infinite Learning untuk menarik *audience* dari *free user* menjadi *paid user* pada program yang ditawarkan terkhusus pada Studi Independen Kampus Merdeka.



Gambar 1.5 Poster Webinar dan Bootcamp

Sumber : *Instagram @infinitelearning*

Strategi marketing Infinite Learning dengan melakukan event webinar dan *free bootcamp* ini dibawakan oleh mentor yang kompeten pada bidangnya dan berpengalaman. Untuk webinar biasanya dilakukan selama sehari dengan durasi kurang lebih 3 jam dengan berbagai sesi. Sedangkan free bootcamp dilakukan selama 1-2 minggu yang membutuhkan waktu lebih banyak dari webinar karena topik yang

diangkat lebih teknis dan detail agar audiens dapat belajar dan praktik secara langsung dari mengikuti free bootcamp ini.

Setelah peserta mengikuti beberapa program dari Infinite Learning seperti webinar dan bootcamp maka konsumen akan mendapatkan *feedback* dan *insight* yang dirasakan selama mengikuti program tersebut terkhusus kepada kualitas dari layanan tersebut. Pada platform seperti Infinite Learning, kualitas materi, interaksi pengguna, dan kemudahan akses menjadi elemen kunci dalam menarik minat dan niat pembelian pengguna terhadap layanan tersebut. Seperti pada tabel 1.4 yang menunjukkan bahwa jumlah pendaftar di Infinite Learning mengalami fluktuasi pada setiap batchnya. Dalam konteks teknologi pendidikan (*edutach*) *purchase intention* seringkali mengaitkannya dengan bagaimana pengguna mengevaluasi manfaat dari layanan yang mereka gunakan, misalnya melalui *performance expectation*.

Pada tahap *purchase intention* tersebut pengguna akan menciptakan ekspektasi kinerja (*performance expectation*) atau dengan harapan setelah mengikuti program dapat meningkatkan kemampuan mereka dan dapat bermanfaat dimasa depan. Ekspektasi kinerja adalah sejauh mana konsumen akan mendapatkan manfaat dari penggunaan suatu teknologi dalam melakukan aktivitas tertentu (Vankatesh et al., 2012 dalam Widi dan Putri 2023). Penelitian lain juga mendefinisikan *performance expectation* sebagai tingkat dimana konsumen percaya bahwa platform pembayaran pengetahuan lebih efektif untuk memenuhi kebutuhan pribadi, profesional, atau pendidikan mereka (Yu et al., 2021). Apabila kualitas layanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan dengan baik dan memuaskan, jika kualitas layanan melampaui harapan konsumen dipersepsikan sebagai kualitas yang baik (Sitorus & Hidayat, 2019). Berdasarkan penelitian Chen et al., (2021) *performance expectation* memainkan peran sebagai variabel mediasi antara faktor-faktor eksternal yang mendorong pengguna untuk memutuskan menggunakan layanan mereka untuk membeli layanan tersebut. Dalam artian ketika pengguna memiliki ekspektasi kinerja yang tinggi terhadap platform, maka lebih mungkin memiliki niat membeli layanan yang ditawarkan.

Dalam penelitian Chen et al., (2021) beberapa faktor eksternal yang mempengaruhi *performance expectation* adalah *perceived lecturer expertise* dan *prior learning experience*. *Perceived lecturer expertise* mengacu pada evaluasi atau

penilaian subjektif terhadap kemampuan mengajar, keahlian, dan kinerja pengajar secara keseluruhan. Keahlian berfungsi sebagai fondasi untuk kinerja tugas yang unggul dan sebagai sumber daya manusia (L Chen et al., 2020). Begitu juga dalam pembelajaran online, alasan utama ekspektasi kinerja yang baik, *lecturer* memegang peran mendasar dalam pembelajaran online. Hal ini sesuai dengan (Pechter et al., 2010) yang menyatakan bahwa kesuksesan belajar dan kepuasan kursus paling erat berkorelasi dengan keahlian *e-learning* instruktur, konseling, dan bantuan.

Prior learning experience mengacu pada pengalaman belajar sebelumnya yang mempengaruhi pengguna dalam mengambil keputusan seperti dalam mengejar akademik. Seseorang dengan pengalaman yang memuaskan sebelumnya akan memiliki ekspektasi yang lebih baik terhadap kinerja platform online (Widi dan Putri 2023). Hal ini dikonfirmasi karena pengguna dengan lebih banyak pengalaman tidak terlalu ragu untuk melakukan pembelian secara online karena kepercayaan mereka meningkat (Yeo et al., 2017 dalam Widi & Putri, 2023)

Pengalaman yang baik akan kepada konsumen terhadap layanan online course sehingga hal tersebut dapat mendorong niat beli konsumen. Niat beli tersebut akan muncul setelah mengikuti program yang dilakukan oleh perusahaan e-learning sehingga dapat menjadi pertimbangan mereka dalam memilih *course*. Oleh karena itu, Infinite Learning setelah program webinar dan bootcamp berlangsung mereka menyebarkan survey kepuasan kepada para peserta untuk mendapatkan *feedback* dari program yang mereka telah dilakukan. Berikut adalah hasil survey dari bootcamp dan webinar Infinite Learning pada tahun 2024 kuartal 1.

Tabel 1.4 Hasil Survey Bootcamp Batch 2

No.	Indikator Pertanyaan	Rating (%)				
		1	2	3	4	5
1.	Tingkat kepuasan terhadap materi	0	0	9,76	17,07	73,17
2.	Penjelasan mudah dipahami	0	0	7,32	14,63	78,05
3.	Kelas interaktif	0	0	7,32	19,51	73,17

4.	Memenuhi harapan dan meningkatkan keterampilan	0	0	4,89	24,40	70,73
5.	Platform yang digunakan efektif	0	0	2,44	21,95	75,61
6.	Kualitas tanggapan selama bootcamp	0	0	4,88	24,40	70,73
7.	Memberikan nilai tambah dan pengembangan karir	0	0	2,44	26,83	70,73
8.	Merekomendasikan bootcamp ini kepada orang lain	0	0	2,44	12,20	85,37

Sumber: Data Olahan Penulis, 2024

Tabel 1.5 Hasil Survey Kepuasan Webinar

No.	Indikator pertanyaan	Rating (%)				
		1	2	3	4	5
1.	Bagaimana tingkat kepuasan kamu terhadap kualitas topik webinar yang disampaikan?	0	0	0	11,05	88,95
2.	Apakah speakers/mentor berhasil menjelaskan topik webinar dengan jelas dan mudah dipahami?	0	0	1,05	12,63	86,32
3.	Apakah kamu merasa bahwa webinar ini memenuhi harapan kamu dalam meningkatkan keterampilan?	0	0	2,11	14,74	83,16
4.	Apakah kamu tertarik untuk bergabung dalam program pembelajaran di Infinite Learning?	0	0,53	3,16	11,58	85,26

Sumber : Data Olahan Penulis, 2024

Pada tabel diatas merupakan hasil survey kepuasan dari peserta webinar dan bootcamp yang dilakukan oleh Infinite Learning. Pada setiap indikator pertanyaan relevan dengan teori faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menilai layanan online course (Yuan Chen, dkk 2021). Pada indikator pertanyaan 1-3 pada survey bootcamp dan pertanyaan 1-2 pada survey webinar mengacu kepada variabel *perceived lecturer expertise* yang menunjukkan rating tertinggi yaitu 5 yang artinya peserta merasa sangat puas terhadap kemampuan tutor selama mengikuti webinar atau bootcamp. Pada indikator pertanyaan ke 5-7 pada survey bootcamp mengacu kepada variabel *prior learning experience* dengan mencapai hasil rating yang tinggi yaitu 5 yang berarti bahwa para peserta sangat puas terhadap pengalaman belajar yang dirasakan selama bootcamp berlangsung. Pada indikator pertanyaan ke 4 pada survey bootcamp dan pertanyaan ke 3 pada survey webinar relevan dengan variabel *performance expectation* dengan mencapai hasil rating 5 yang artinya peserta sangat puas dan dapat memenuhi harapan mereka dalam meningkatkan keterampilan pada bidang tertentu. Pada indikator pertanyaan 8 pada bootcamp dan 4 pada webinar relevan dengan variabel *purchase intention* dengan hasil rating 5 yang artinya bahwa mereka sangat tertarik dalam mengikuti program pembelajaran kembali di Infinite Learning dan akan merekomendaiskannya kepada orang lain.

Berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi para pengguna dalam menentukan kualitas layanan online course di Infinite Learning. Faktor -faktor tersebut adalah *perceived lecturer expertise*, *prior learning experience*, *performance expectation* sehingga akan mempengaruhi mereka dalam *purchase intention*. Konsumen merupakan pemeran utama dalam proses penentuan produk atau jasa yang akan digunakan sehingga konsumen cenderung kritis dalam proses pengambilan keputusan tersebut. Konsumen tentu selalu menginginkan produk yang berkualitas baik. Kualitas sendiri menurut (Gudowska, 2017) merupakan performa suatu produk untuk memenuhi standar yang ditentukan oleh konsumen, dan bagaimana sebuah produk yang dihasilkan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Oleh karena itu, setelah melakukan analisis fenomena yang diuraikan diatas, maka peneliti mengangkat judul “**Pengaruh *Perceived Lecturer Expertise* dan *Prior Learning Experience* terhadap *Purchase Intention* yang dimediasi oleh**

Performance Expectation (Studi pada Program Studi Independen di Infinite Learning)“.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka disusun beberapa rumusan masalah dalam penelitian berikut :

1. Bagaimana *perceived lecturer expertise, prior learning experience, performance expectation*, dan *purchase intention* di Infinite Learning?
2. Bagaimana pengaruh *perceived lecturer expertise* terhadap *performance expectation* pada program Studi Independen di Infinite Learning?
3. Bagaimana pengaruh *perceived lecturer expertise* terhadap *purchase intention* di Infinite Learning?
4. Bagaimana pengaruh *performance expectation* terhadap *purchase intention* di Infinite Learning?
5. Bagaimana pengaruh *prior learning experience* terhadap *performance expectation* pada program Studi Independen di Infinite Learning?
6. Bagaimana pengaruh *prior learning experience* terhadap *purchase intention* di Infinite Learning?
7. Bagaimana pengaruh *perceived lecturer expertise* terhadap *purchase intention* yang dimediasi oleh *performance expectation* di Infinite Learning?
8. Bagaimana pengaruh *prior learning experience* terhadap *purchase intention* yang dimediasi oleh *performance expectation* di Infinite Learning?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui *perceived lecturer expertise, prior learning experience, performance expectation*, dan *purchase intention* di Infinite Learning.
2. Untuk mengetahui pengaruh *perceived lecturer expertise* terhadap *performance expectation* pada program Studi Independen di Infinite Learning.

3. Untuk mengetahui pengaruh *perceived lecturer expertise* terhadap *purchase intention* di Infinite Learning.
4. Untuk mengetahui pengaruh *performance expectation* terhadap *purchase intention* di Infinite Learning.
5. Untuk mengetahui pengaruh *prior learning experience* terhadap *performance expectation* pada program Studi Independen di Infinite Learning.
6. Untuk mengetahui pengaruh *prior learning experience* terhadap *purchase intention* di Infinite Learning.
7. Untuk mengetahui pengaruh *perceived lecturer expertise* terhadap *purchase intention* yang dimediasi oleh *performance expectation* di Infinite Learning.
8. Untuk mengetahui pengaruh *prior learning experience* terhadap *purchase intention* yang dimediasi oleh *performance expectation* di Infinite Learning.

1.5 Kegunaan Penelitian

Bersumber dari tujuan yang diuraikan sebelumnya, maka peneliti mengharapkan beberapa manfaat dari pelaksanaan penelitian ini yakni,

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa wawasan baru, baik bagi peneliti maupun pembaca, sehingga dapat mendalami dan memperluas pemahaman tentang pengaruh *perceived lecturer expertise* dan *prior learning experience* terhadap *purchase intention* yang dimediasi oleh *performance expectation*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi dan wawasan bagi pelaku bisnis terkait. Hasil penelitian dapat menjadi sumber informasi bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran yang didasarkan pada pengaruh *perceived lecturer expertise* dan *prior learning experience* terhadap *purchase intention* yang dimediasi oleh *performance expectation*.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 7 bulan dimulai dari bulan Maret - Oktober 2024.

1.7 Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini meliputi gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, waktu dan periode penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini meliputi penjelasan serta menyajikan survei literatur yang relevan dengan penelitian yang akan di Analisa, berisi hubungan antar variabel, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian serta ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini meliputi jenis penelitian, operasional variabel, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, teknik pengolahan data dan teknik Analisa data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini meliputi uraian hasil penelitian dan analisis mengenai pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli produk Somethinc di Kota Bandung.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini meliputi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran bagi peneliti selanjutnya maupun pihak-pihak terkait.